

Rf
658
Eko
98

MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA	
Diterima	: 09 AUG 1999
Inventarisasi	: 856/EM/Hai-8/99
Klasifikasi	: P.P 658 8/140/98
Katalog	:
Selesai diproses	: 06 SEP 1999

**ANALISIS POSISI PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA, KAWASAKI KAZE-R, YAMAHA CRYPTON, DAN
SUZUKI SHOGUN MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**



Disusun oleh :

Eko Hundoko

No. Mhs. : 06566 / EM

N I R M : 930051051302120096

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA**

1998



PERPUSTAKAAN
FAK. EKONOMI-MANAJEMEN
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA

**ANALISIS POSISI PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA, KAWASAKI KAZE-R, YAMAHA CRYPTON, DAN
SUZUKI SHOGUN MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Jurusan Ekonomi Manajemen
Universitas Atma Jaya
Yogyakarta**

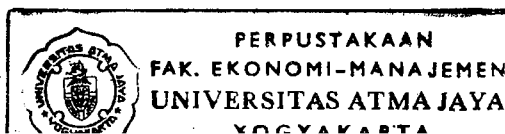
Disusun oleh :

Eko Hundoko

No. Mhs. : 06566 / EM
N I R M : 930051051302120096

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA**

1998



Yogyakarta, September 1998
Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing I

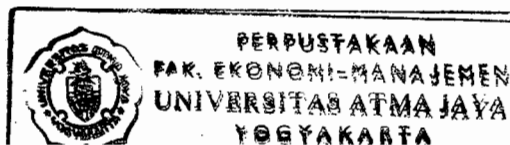


(Drs. C. Handoyo W., MM.)

Dosen Pembimbing II



(Istijanto, SE.)



SKRIPSI DENGAN JUDUL :

**ANALISIS POSISI PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA, KAWASAKI KAZE-R, YAMAHA CRYPTON, DAN
SUZUKI SHOGUN MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

Eko Hundoko

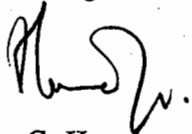
No. Mhs. : 06566 / EM

N I R M : 930051051302120096

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal : 12 September 1998
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah
satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

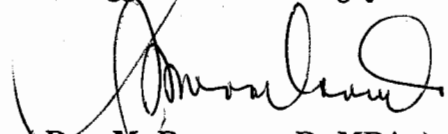
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Pembimbing I



(Drs. C. Handoyo W., MM.)

Anggota Panitia Penguji



(Drs. M. Parnawa P., MBA.)

Pembimbing II



(Istijanto, SE.)



(Drs. J. Sudarsono, MS.)

Yogyakarta, September 1998
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Fakultas Ekonomi
Dekan,



(Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.)



MOTTO

Ⓢ Berbahagialah orang yang mendapat hikmat,
orang yang memperoleh kepandaian,
Karena keuntungannya melebihi keuntungan perak,
dan hasilnya melebihi emas.

(Amsal 3 : 13 - 14)

Ⓢ Karena kamu kurang percaya. Sebab Aku berkata
kepadamu : sesungguhnya sekiranya kamu mempunyai
iman sebesar biji sesawi saja kamu dapat berkata
kepada gunung ini : Pindah dari tempat ini ke sana, -
maka gunung ini akan pindah, dan takkan ada yang
mustahil bagimu.

(Matius 17 : 20)



serviens in lumine veritatis

Persembahan

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- Bpk. Drs. C. Handoyo W**
- Bpk. Istijanto, SE**
- Papi dan Mami yang tercinta**
- Damon Kurniadi, Olivia, Ery, dan Andy**
- Adik-adikku Fanita dan Untung**
- Almamaterku tercinta**
- Saudara-saudara dan teman-temanku yang**

terkasih

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan anugerahNya yang berlimpah hingga terselesainya skripsi ini dengan baik.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tema dari skripsi ini adalah penentuan posisi produk sepeda motor Honda Supra, Kawasaki Kaze-R, Yamaha Crypton, dan Suzuki Shogun terhadap atribut-atribut berdasarkan persepsi konsumen di Kotamadya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan guna memperbaiki dan memperkaya ilmu yang penulis miliki.

Di dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari pihak-pihak yang telah dengan tulus membantu penulis mulai dari pengarahannya skripsi hingga selesainya skripsi. Untuk itu pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sangat mendalam dan sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Drs. C. Handoyo Wibisono, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membagikan ilmu dan pengetahuannya dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan yang sangat berarti bagi penulis di dalam penyusunan skripsi ini.**

- Bapak Istijanto, SE., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk-petunjuk yang sangat berguna bagi penulis sehingga dapat terselesainya skripsi ini dengan baik.
- Bapak Rektor, Dekan, seluruh Dosen, dan seluruh staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memperlancar jalannya proses belajar mengajar.
- Papi, Mami dan adik-adikku yang tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan doa serta dukungan materi bagi penyelesaian skripsi ini.
- Bapak Drs. Engky Kurniawan, Dharma Wijaya, ST, Bapak Drs. Haris R., Andy, Damon, Emry, Leo, Eddie, Sugiarto, Theresia, Olivia, Nancy, serta teman-teman yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan masukan dan saran yang sangat berguna bagi kelancaran dan kesempurnaan skripsi ini.
- Serta seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata hanya dengan doa dan ucapan syukur yang sangat mendalam penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa agar melimpahkan berkah dan anugerahNya sebagai balas budi atas kebaikan yang telah banyak penulis terima. Sebagai penutup penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Yogyakarta, 24 Juni 1998

(Eko Hundoko)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Metodologi Penelitian.....	7
1.5.1. Metode pengumpulan data.....	8
1.5.2. Metode pengambilan sampel.....	8

1.6. Metode Analisis Data.....	17
1.6.1. Analisis Validitas dan Reliabilitas	17
1.6.2. Analisis Persentase	11
1.6.3. Analisis Posisi Produk dengan Metode Perceptual mapping	11
1.9. Sistematika penulisan	14

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. Pemasaran.....	16
2.2. Manajemen Pemasaran	17
2.3. Konsep Pemasaran.....	19
2.4. Segmentasi Pasar	22
2.4.1. Dasar-dasar Segmentasi Pasar	23
2.4.2. Persyaratan Segmentasi Pasar	24
2.4.3. Manfaat Segmentasi Pasar	25
2.5. Penetapan Pasar Sasaran	25
2.5.1. Evaluasi Segmen-segmen Pasar	26
2.6. Pemilihan Segmen Pasar	28
2.6.1. Konsentrasi Pasar Tunggal	28
2.6.2. Spesialisasi Selektif	29
2.6.3. Spesialisasi Produk	29
2.6.4. Spesialisasi Pasar	29
2.6.5. Pelayanan Pasar secara Penuh	29

2.7. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	30
2.8. Pengertian Perilaku Konsumen	32
2.8.1. Faktor-faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	33
2.8.2. Atribut Produk	39
2.9. Strategi Posisi Produk	43
BAB III. ANALISIS DATA	
3.1. Pembuatan Kuesioner dan pengumpulan data	47
3.2. Analisis Validitas dan Reliabilitas	48
3.2.1. Analisis Validitas	48
3.2.2. Analisis Reliabilitas	48
3.3. Analisis Persentase	50
3.4. Analisis Posisi Produk	53
3.4.1. Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap Atribut Harga dan Model	55
3.4.2. Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap Atribut Kestabilan dan Sistem Suspensi	61
3.4.3. Analisis Posisi Produk Berdasarkan Posisi Persepsi terhadap Atribut Konsumsi Bahan Bakar dan Keawetan Bahan Bakar	66
3.4.4. Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap Atribut Kecepatan dan Sistem Pengereman	71

3.4.5. Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap Atribut Sistem Pengapian dan Kemampuan Tanjakan	77
3.5. Urutan Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Sepeda Motor	82
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	
IV.1. Kesimpulan	86
IV.2. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 3.1. Jumlah responden menurut jenis kelamin	52
2. Tabel 3.2. Jumlah responden menurut usia	52
3. Tabel 3.3. Jumlah responden menurut tingkat pendidikan	53
4. Tabel 3.4. Jumlah responden menurut tingkat pendapatan	54
5. Tabel 3.5. Jumlah responden menurut status pekerjaan	54
6. Tabel 3.6. Persepsi konsumen sepeda motor terhadap atribut harga dan model	56
7. Tabel 3.7. Perbedaan jarak keempat merek sepeda motor terhadap atribut harga dan model berdasarkan persepsi konsumen ...	60
8. Tabel 3.8. Persepsi konsumen sepeda motor terhadap atribut kestabilan dan sistem suspensi	61
9. Tabel 3.9. Perbedaan jarak keempat merek sepeda motor terhadap atribut kestabilan dan sistem suspensi berdasarkan persepsi konsumen	65
10. Tabel 3.10. Persepsi konsumen sepeda motor terhadap atribut konsumsi bahan bakar dan keawetan suku cadang	67
11. Tabel 3.11. Perbedaan jarak keempat merek sepeda motor terhadap atribut konsumsi bahan bakar dan keawetan suku cadang...	70

12. Tabel 3.12. Persepsi konsumen sepeda motor terhadap atribut kecepatan dan sistem pengereman	72
13. Tabel 3.13. Perbedaan jarak keempat merek sepeda motor terhadap atribut kecepatan dan sistem pengereman	76
14. Tabel 3.14. Persepsi konsumen sepeda motor terhadap atribut kemampuan tanjakan dan sistem pengapian	77
15. Tabel 3.15. Perbedaan jarak keempat merek sepeda motor terhadap atribut kemampuan tanjakan dan sistem pengapian	81
16. Tabel 3.16. Urutan posisi produk terhadap atribut-atribut sepeda motor berdasarkan persepsi konsumen	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar III.1. Peta persepsi konsumen terhadap atribut harga dan model	58
2. Gambar III.2. Peta persepsi konsumen terhadap atribut kestabilan dan sistem suspensi	63
3. Gambar III.3. Peta persepsi konsumen terhadap atribut konsumsi bahan bakar dan keawetan suku cadang	68
4. Gambar III.4. Peta persepsi konsumen terhadap atribut kecepaan dan sistem pengereman	74
5. Gambar III.5. Peta persepsi konsumen terhadap atribut sistem pengapian dan kemampuan tanjakan	79